

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PROMOSI PRODUK MIE PEDAS DENGAN TEPUNG GANYONG MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Ahli Madya**



Disusun Oleh :

Farah Aviarahma Siregar

21710015

**PROGRAM STUDI SENI KULINER
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

JAKARTA

2024

LEMBARAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Produk Mie Pedas dengan Tepung Ganyong
Menggunakan Media Sosial Instagram

Penulis : Farah Aviarahma Siregar

NIM : 21710015

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada 17 Juli 2024.

Disahkan oleh :

Ketua Penguji,



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M

NIP. 198605092019032011

Anggota 1



Muhammad Ridwan, S.Ikom, M.M

NIP. 198603272019031013

Anggota 2



Rr. Christiana Mayang Anggraeni Stj, S.Pd.,
M.Pd.

NIP. 199408082022032020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M

NIP. 198103052008122001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Produk Mie Pedas dengan Tepung Ganyong
Menggunakan Media Sosial Instagram
Penulis : Farah Aviarahma Siregar
NIM : 21710015
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 17 Juli 2024
Pembimbing 1



Nurul Akmalia, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIP. 199102282019032015

Pembimbing 2



Rr. Christiana Mayang Anggraeni Stj, S.Pd. M,Pd
NIP 199408082022032020

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Seni Kuliner



Dimas Bayu Pinandoyo, S.S., M.Sc.
NIP. 198402032019031005

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farah Aviarahma Siregar

NIM : 21710015

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tahun Akademik : 2021

Dengan ini menyatakan bahwa Proposal Tugas Akhir kami dengan judul:

“Strategi Promosi Produk Mie Pedas dengan Tepung Ganyong Menggunakan
Media Sosial Instagram”

Adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme. Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Juli 2024

Yang menyatakan

The image shows an official stamp from the Ministry of Education, Culture, and Higher Education (Kemendikbud) of the Republic of Indonesia. The stamp is rectangular and contains the text 'KEMENDIKBUD' at the top, 'REPUBLIC OF INDONESIA' in the middle, and '28713ALX113744426' at the bottom. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink.

Farah Aviarahma Siregar

NIM : 21710015

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farah Aviarahma Siregar

NIM : 21710015

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tahun Akademik : 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Strategi Promosi Produk Mie Pedas dengan Tepung Ganyong Menggunakan Media Sosial Instagram”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan in saya buat dengan sebenarnya,

Jakarta, 17 Juli 2024

Yang menyatakan,



Farah Aviarahma Siregar

NIM: 21710015

ABSTRACT

Promotion are social processes that enable individuals or groups to obtain what they need and want. The purpose of making this report is so that readers know the promotion and marketing strategy for spicy noodle products with canna flour, especially on social media Instagram with SWOT (strength, weakness, opportunity, threats), STP (segmenting, targeting and positioning) and AIDA (attention, interest, desire and action). Apart from that, considering that there is still less than optimal dissemination of information regarding local food from tubers, especially canna tubers on Instagram social media, this writing also creates educational content related to canna tubers Qualitative data analysis using insight overview Instagram @__mietology to find out whether the promotion and marketing of canna spicy noodles via Instagram social media can be carried out effectively. The results of this research can provide the formulation of an effective and efficient promotion and marketing strategy promotional and marketing strategies to be adopted by prospective marketers who want to use similar strategies.

Keywords: Promotion, Instagram, Canna, Noodle

ABSTRAK

Promosi merupakan suatu proses sosial yang membuat individu atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Tujuan dari adanya pembuatan laporan ini agar pembaca mengetahui strategi promosi dan pemasaran produk mie pedas dengan tepung ganyong khususnya di media sosial Instagram dengan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*), STP (*segmenting, targeting dan positioning*) dan AIDA (*attention, interest, desire dan action*). Selain itu, mengingat masih kurang optimalnya penyebaran informasi terkait pangan lokal dari umbi-umbian khususnya umbi ganyong di media sosial Instagram, maka pada penulisan ini juga melakukan pembuatan konten edukasi terkait umbi ganyong. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah kualitatif dengan analisis data insight overview Instagram @__mietology untuk mengetahui apakah promosi dan pemasaran mie pedas ganyong melalui media sosial Instagram dapat berjalan secara efektif. Hasil dari penelitian ini yaitu dapat memberikan perumusan dari strategi promosi dan pemasaran yang efektif dan efisien. Penulisan ini memberikan luaran perumusan strategi promosi dan pemasaran untuk dapat diadopsi oleh calon pemasar yang ingin menggunakan strategi serupa.

Kata Kunci: Promosi, Instagram, Ganyong, Mie

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini penulis menyusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik agar dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada jurusan Pariwisata Program Studi Seni Kuliner Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam tugas akhir ini, penulis akan melakukan penyusunan laporan berjudul “Strategi Promosi dan Produk Mie Pedas dengan Tepung Ganyong Menggunakan Media Sosial Instagram”. Penulis berharap tugas akhir ini dapat membantu mahasiswa/I dalam mengetahui teori yang didapat selama perkuliahan.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M. Si., Wakil Direktur Bidang Akademik;
3. Anindita Budi Astuti, S.E, M.M sebagai Koordinator Program Studi Seni Kuliner;
4. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc. sebagai Koordinator Program Studi Seni Kuliner;
5. Nurul Akmalia, M.Med.Kom., sebagai Dosen Pembimbing I;
6. Rr. Christiana Mayang Anggraeni Stj, S.Pd., M.Pd. sebagai Dosen Pembimbing II;
7. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah melayani penulis selama penulis menempuh pendidikan disini;
8. Kepada keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung selama ini;
9. Kepada Farika Fitriana yang selalu membantu penulis dalam hal apapun;

10. Kepada Muhammad Sadam yang senantiasa selalu memberi dukungan, saran dan juga kritik kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir;
11. Kepada Marhapida Robbani dan Jean Fatimah yang selalu memberikan dukungannya dari jauh untuk penulis dalam melewati masa penulisan tugas akhir ini;
12. Kepada Amatu Syukur Naimah, Nazla Ufaira Sabri dan Aliyah Safitri sebagai sahabat penulis di Polimedia Kreatif;
13. Kepada kelompok BIMBA AIUEO terutama Giva Yulia yang telah menjadi teman belajar penulis selama berkuliah di Polimedia kreatif;
14. Kepada Mufid Agam yang telah membantu penulis dalam mencari referensi jurnal ilmiah selama penyusunan tugas akhir ini;
15. Sahabat dan teman-teman Majalah Ketik dan *Agent Public Relation* Polimedia yang selalu memberikan banyak motivasi kepada penulis, dan;
16. Kepada diri saya sendiri yang mampu menyelesaikan penulisan ini hingga selesai.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pembuatan laporan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan tugas akhir ini.

Jakarta, 17 Juli 2024



Farah Aviarahma Siregar

NIM: 21710015

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan	5
1.6. Manfaat Penulis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Umum	7
1. Ganyong	7
2. Mie.....	8
3. Makanan Pedas	9
4. Media Sosial.....	10
5. Instagram	10
B. Tinjauan Khusus	12
1. Strategi Promosi Media Sosial Instagram	12
2. Analisis SWOT	12
3. Analisis STP	13
4. Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi	15
5. Analisis AIDA	15
6. <i>Editorial Planning</i>	16
7. <i>Content Pillar</i>	16
8. <i>Audiens</i>	16
BAB III METODE PELAKSANAAN	17
A. Data/Objek Penulisan	17
B. Teknik Pengumpulan Data	18
C. Langkah Kerja.....	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
A. Analisis SWOT	23
B. Analisis STP.....	25
C. Analisis AIDA	28
D. Analisis Konten dan Insight.....	34

BAB V PENUTUP	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Instagram <i>We are Social</i>	3
Gambar 2.1 Umbi Ganyong.....	7
Gambar 2.2 Mie.....	8
Gambar 2.3 Makanan Pedas	9
Gambar 3.1 Langkah Kerja Strategi Promosi.....	19
Gambar 4.1 Strategi <i>Caption</i> dan Komentari	23
Gambar 4.2 <i>Profile</i> Instagram	29
Gambar 4.3 Konten Instagram.....	30
Gambar 4.4 Testimoni Produk Mie Pedas Ganyong	33
Gambar 4.5 <i>Direct Link Whatsapp</i> dan Dokumentasi Pemesanan.....	34
Gambar 4.6 <i>Editorial Plan</i> dan <i>Content Pillar</i>	35
Gambar 4.7 Konten <i>Promotional Information</i>	36
Gambar 4.8 Konten <i>Education</i>	36
Gambar 4.9 Konten <i>Entertain</i>	37
Gambar 4.10 Konten <i>Greetings</i>	37
Gambar 4.11 Konten <i>Instastory</i>	38
Gambar 4.12 <i>Reach</i> dan <i>Engagement Instagram</i>	39
Gambar 4.13 <i>Reach Progress</i>	40
Gambar 4.14 Jumlah Interaksi Konten	42
Gambar 4.15 Dokumentasi	42

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Biodata Mahasiswa	49
Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan.....	50
Lampiran 3. Lembar Pembimbingan Tugas Akhir.....	51
Lampiran 4. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir	53
Lampiran 5. Hasil Cek Plagiarisme.....	54